



CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, UNIVERSIDADES,
CIENCIA Y PORTAVOCÍA

Proyecto de decreto del Consejo de Gobierno, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el plan de estudios del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en el capítulo VI del título I, sobre Enseñanzas Artísticas, incluye las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño, organizándolas en ciclos de formación específica, cuya finalidad es proporcionar al alumnado una formación artística de calidad y garantizar la cualificación de los futuros profesionales de las Artes Plásticas y el Diseño. En el artículo 46 dispone que el currículo de las enseñanzas artísticas profesionales será definido por el procedimiento establecido en el artículo 6 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, según el cual corresponde al Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas, la fijación de los aspectos básicos del currículo, que constituyen las enseñanzas mínimas, y las Administraciones educativas establecerán el currículo de las enseñanzas reguladas en dicha ley.

El Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño. En dicha norma se definen los títulos de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño como los documentos oficiales acreditativos del nivel de formación, cualificación y competencia profesional específica de cada especialidad artística. Asimismo, se establece la estructura que deben tener dichos títulos y se fijan los aspectos que deben contemplar las enseñanzas mínimas correspondientes.

En ese marco normativo, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte ha aprobado el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas.

En dicho real decreto se determina, para el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, además de otros aspectos, su identificación, el perfil profesional, el contexto profesional, el currículo básico así como aquellos otros relacionados con la ordenación académica y los centros, que constituyen los elementos básicos que aseguran una formación común y garantizan la validez del título en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2 del mencionado Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, corresponde a las Administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, la ampliación del currículo básico correspondiente al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria hasta completar los horarios escolares, según lo establecido en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

El presente decreto tiene como objeto determinar los elementos curriculares que definen el plan de estudios correspondiente al ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria para que pueda ser impartido en los centros educativos, públicos y privados, de la Comunidad de Madrid, debidamente autorizados para ello. Asimismo, concreta las especialidades y titulaciones requeridas al profesorado de los módulos profesionales incorporados por la Comunidad de Madrid en este plan de estudios, como son los módulos de Informática aplicada a la Gráfica Publicitaria, Iniciativa emprendedora y Lengua extranjera profesional, así como los espacios y equipamientos mínimos necesarios para impartir esta formación.

Sin perjuicio de lo establecido en el párrafo anterior, dentro del marco de autonomía de los centros establecido en el título V del capítulo II y en lo dispuesto en el artículo 6.5 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, los centros docentes desarrollarán y completarán, en su caso, el currículo de este plan de estudios, así como se podrá autorizar proyectos propios conforme a lo establecido en el Decreto 72/2013, de 19 de septiembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la autonomía de los centros para la fijación de los planes de estudio de los ciclos formativos de grado medio y de grado superior de Artes Plásticas y Diseño de la Comunidad de Madrid.

Por otra parte, el diseño del plan de estudios de este ciclo formativo garantiza el ejercicio real y efectivo de derechos por parte de las personas con discapacidad en igualdad de condiciones con respecto al resto de la ciudadanía, así como el derecho a la igualdad de oportunidades y de trato, conforme previene el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. Asimismo, hace efectivo el derecho de igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres en cualquier ámbito de la vida, como dispone el artículo 1 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, y garantiza la integración del principio de igualdad y no discriminación por razón de identidad de género o expresión de género, dando cumplimiento a lo que establece la Ley 3/2016, de 22 de julio, de Protección Integral contra la LGTBIfobia y la Discriminación por Razón de Orientación e Identidad Sexual en la Comunidad de Madrid y la Ley 2/2016, de 29 de marzo, de Identidad y Expresión de Género e Igualdad Social y no Discriminación de la Comunidad de Madrid.

En el marco de lo dispuesto en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y de conformidad con el artículo 2 del Decreto 52/2021, de 24 de marzo, del Consejo de Gobierno, por el que se regula y simplifica el procedimiento de elaboración de las disposiciones normativas de carácter general en la Comunidad de Madrid, la propuesta normativa se ajusta a las exigencias de los principios de necesidad y eficacia, puesto que desarrolla y completa el currículo básico de este ciclo formativo para que pueda ser impartido en el ámbito de la Comunidad de Madrid, sin que se acuda para ello a normas supletorias del Estado en esta materia, con el fin de mejorar la cualificación y formación de los ciudadanos y ofrecer mayores oportunidades de empleo en el sector productivo gráfico en la Comunidad de Madrid. La norma no se extralimita en sus disposiciones respecto a lo establecido en el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, atiende a la necesidad originada de mejorar la cualificación y formación de los ciudadanos con respeto a lo establecido en la norma básica, y cumple con el principio de proporcionalidad establecido. Por otro lado, el rango de esta disposición responde a la importancia de la materia que regula, relacionada con el

derecho a la educación y el desarrollo de sus bases. El cumplimiento de estos principios contribuye, además, a lograr un ordenamiento autonómico sólido y coherente en materia curricular que garantiza el principio de seguridad jurídica. Asimismo, se cumple con el principio de eficiencia, por un lado, al concretar los requisitos del profesorado requeridos para impartir esta formación de forma que se facilite la racionalización en la gestión de los recursos públicos y, por otro lado, al evitar cargas administrativas innecesarias o accesorias. También se cumple el principio de transparencia conforme a lo establecido en la Ley 10/2019, de 10 de abril, de Transparencia y de Participación de la Comunidad de Madrid, así como se ha dado cumplimiento a los trámites de audiencia e información públicas a través del Portal de Transparencia de la Comunidad de Madrid, conforme a lo dispuesto en el artículo 26.6 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno.

Asimismo, se ha emitido dictamen por el Consejo Escolar de la Comunidad de Madrid, y se han recabado los informes relativos al impacto por razón de género, el impacto sobre la familia, la infancia y la adolescencia, así como en relación con el impacto por razón de orientación sexual e identidad de expresión de género. Por otro lado, el presente decreto cuenta con el informe de Coordinación y Calidad Normativa, así como con el informe de la Abogacía General de la Comunidad de Madrid.

De conformidad con el artículo 29 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades. El Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid es competente para dictar el presente decreto, de acuerdo con lo establecido en el artículo 21.g) de la Ley 1/1983, de 13 de diciembre, de Gobierno y Administración de la Comunidad de Madrid.

En su virtud, a propuesta del consejero de Educación, Universidades, Ciencia y Portavocía, oída/de acuerdo con la Comisión Jurídica Asesora de la Comunidad de Madrid, previa deliberación, el Consejo de Gobierno, en su reunión del día _____,

DISPONE

Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación.*

1. El presente decreto establece el currículo de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño correspondientes al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación gráfica y audiovisual.
2. Esta norma será de aplicación en los centros públicos y privados de la Comunidad de Madrid que, debidamente autorizados, impartan estas enseñanzas.

Artículo 2. *Referentes de la formación.*

Los aspectos relativos a la identificación del título, el perfil y contexto profesional, las competencias, los objetivos generales y los accesos a otros estudios, así como las convalidaciones y exenciones de los módulos formativos y fase de formación práctica, son los que se definen en el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria

pertenciente a la familia profesional artística de Comunicación gráfica y audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas.

Artículo 3. *Módulos formativos del ciclo formativo.*

1. Los módulos formativos que constituyen el currículo del ciclo formativo de grado superior en Gráfica Publicitaria, son los siguientes:

a) Los recogidos en el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre:

- CGA-4500. Formación y orientación laboral
- CGA-4501. Fotografía
- CGA-4502. Fundamentos de la representación y la expresión visual
- CGA-4503. Fundamentos del diseño gráfico
- CGA-4670. Historia de la imagen publicitaria
- CGA-4506. Lenguaje y tecnología audiovisual
- CGA-4507. Medios informáticos
- CGA-4512. Teoría de la imagen
- CGA-4671. Proyectos de gráfica publicitaria
- CGA-4672. Teoría de la publicidad y el marketing
- CGA-4513. Tipografía
- CGA-4673. Proyecto integrado

b) Los módulos formativos propios de la Comunidad de Madrid:

- CM27-CGA. Informática aplicada a la gráfica publicitaria
- CM20-CGA. Iniciativa emprendedora
- CM15-CGA. Lengua extranjera profesional

2. El ciclo formativo incluye una fase de formación práctica en empresas, estudios y talleres u otras entidades (CGA-4674), que completará la formación de los alumnos en una situación real de trabajo, principalmente relacionadas con las capacidades sociolaborales.

Artículo 4. *Objetivos generales.*

Los objetivos generales del plan de estudios del ciclo formativo de Gráfica Publicitaria contribuirán a desarrollar en los alumnos las capacidades que les permitan:

a) Identificar las necesidades comunicativas planteadas en una propuesta audiovisual y utilizar los recursos gráficos más adecuados.

b) Idear, planificar y realizar productos de gráfica publicitaria atendiendo a los objetivos comunicativos del proyecto y llevando a cabo los controles de calidad correspondientes a fin de optimizar recursos.

c) Resolver adecuadamente los problemas expresivos, formales, funcionales y técnicos que se presenten en el proceso de diseño y realización de la propuesta gráfica.

d) Resolver adecuadamente los problemas de ejecución, organización, gestión y control del proceso de producción gráfica.

e) Desarrollar método, rigor y capacidad de comunicación para la presentación y defensa de una idea o un proyecto de gráfica publicitaria.

- f) Interpretar la evolución de las tendencias estéticas en la imagen publicitaria y valorar los condicionantes simbólicos, culturales y comunicativos que contribuyen a configurar la forma idónea del mensaje.
- g) Valorar e integrar en la propuesta gráfica los elementos informativos, identificativos y persuasivos adecuados a los objetivos comunicativos del proyecto.
- h) Conocer las especificaciones técnicas en los procesos de reproducción y saber gestionarlas para garantizar la calidad y competitividad del producto gráfico en el mercado.
- i) Seleccionar y producir las fuentes y documentación necesaria para gestionar la realización del proyecto gráfico publicitario.
- j) Realizar productos gráficos publicitarios con el nivel calidad comunicacional, técnica y artística exigible en el sector profesional.
- k) Adaptarse en condiciones de competitividad a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.
- l) Buscar, seleccionar y utilizar fuentes de información y formación continua relacionadas con el ejercicio profesional.
- m) Comprender y aplicar el marco legal y normativo que regula y condiciona la actividad profesional.
- n) Valorar y aplicar los principios de la ética profesional en el desarrollo de la actividad profesional, su gestión y administración.
- o) Adquirir método y rigor en la presentación y defensa de una idea o un proyecto ante el cliente y/o equipo de trabajo.
- p) Iniciarse en la búsqueda de y procesos creativos relacionados con la comunicación y atender a la creatividad gráfica y comunicativa.
- q) Valorar el trabajo como oportunidad de búsqueda y experimentación con formas, soportes y materiales, de creatividad, comunicación y expresión artística personal.
- r) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional y artística, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- s) Aplicar las herramientas digitales y programas informáticos en proyectos de gráfica publicitaria.
- t) Comprender y generar mensajes en lengua extranjera referidos a situaciones generales y profesionales del sector profesional y artístico de la gráfica publicitaria.

Artículo 5. *Currículo.*

El currículo de cada uno de los módulos relacionados en el artículo 3.1, en sus apartados a) y b) con expresión de los objetivos, contenidos y criterios de evaluación, se fija en el anexo I.

Artículo 6. *Proyecto integrado.*

1. El módulo de Proyecto integrado, que se realizará en el segundo curso, tiene por objeto proponer y desarrollar un proyecto propio o encargado, de obra original de gráfica

publicitaria, donde el alumno sea capaz de integrar, aplicar y valorar los conocimientos, destrezas y capacidades específicos del campo profesional de la especialidad, adquiridos mediante estas enseñanzas, con calidad técnica, artística y comunicacional, que evidencie su capacidad creadora, su sensibilidad artística y estética y su cultura plástica.

2. El módulo de Proyecto integrado se desarrollará a partir de una propuesta propia del alumno o del profesor que tenga atribuida la competencia docente del mismo. Los alumnos contarán con la tutoría individualizada del profesorado que imparta docencia en el ciclo formativo.

Artículo 7. Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres.

1. Los objetivos de la fase de formación práctica se incluyen en el anexo II.
2. De acuerdo con lo establecido en el artículo 7.7 del Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, podrá determinarse la exención total o parcial de la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres, siempre que se acredite una experiencia laboral de al menos un año en un campo profesional directamente relacionado con el ciclo formativo regulado en el presente decreto.
3. La experiencia laboral se acreditará mediante certificación de la empresa donde la haya adquirido, en la que conste específicamente la duración del contrato, la actividad desarrollada y el período de tiempo en el que se haya realizado. En el caso de trabajadores por cuenta propia, será necesaria la certificación de alta en el censo de obligados tributarios.

Artículo 8. Concreción curricular del ciclo de grado superior por los centros docentes.

1. Los centros completarán, concretarán y desarrollarán los currículos establecidos por este decreto con el fin de adaptar la programación didáctica y la metodología a las características del alumnado y a las posibilidades formativas de su entorno. Esta concreción formará parte del proyecto educativo, de acuerdo con lo previsto en el artículo 13 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, por el que se establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño. Asimismo, se tendrá en cuenta que esta formación deberá promover en el alumnado la necesaria integración de los contenidos científicos, técnicos, tecnológicos y organizativos de estas enseñanzas, así como de los aspectos artísticos, y una visión global de los procesos y procedimientos propios de la actividad profesional correspondiente.
2. En la concreción y desarrollo de los currículos, los centros procurarán atender aspectos como la promoción activa de la formación artística entre las personas mayores y el alumnado con necesidad específica de apoyo educativo. Además, integrarán el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, la prevención de la violencia de género así como las medidas que garanticen la formación del alumnado en el respeto y la protección del colectivo LGTBI frente a cualquier discriminación por identidad o expresión de género, que estarán presentes de forma transversal en los procesos de enseñanza y aprendizaje, con independencia del módulo concreto de enseñanza artística de que se trate.
3. Los centros docentes desarrollarán el currículo establecido en este decreto integrando el principio de «diseño universal o diseño para todas las personas». En las programaciones didácticas se prestará especial atención a las necesidades de quienes presenten una discapacidad reconocida, para facilitar el acceso al currículo y la adquisición de las competencias incluidas en el mismo, con el objeto de que este

acceso no comporte restricciones injustificadas contrarias al principio de igualdad de oportunidades, de acuerdo con lo previsto en la disposición adicional primera del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo.

Artículo 9. *Organización y distribución horaria.*

Los módulos formativos de este ciclo formativo se organizarán en dos cursos académicos. La distribución en cada uno de ellos, su duración y la asignación horaria semanal se concretan en el anexo III.

Artículo 10. *Profesorado.*

1. En los centros públicos, la competencia docente corresponde a las especialidades de los funcionarios pertenecientes al Cuerpo de profesores de Artes Plásticas y Diseño para la impartición de los módulos relacionados en el artículo 3.1.a) de este decreto, y que viene establecida en el anexo II del citado Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre.
2. Para ejercer la docencia en los módulos relacionados en el artículo 3.1.a), en los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de la educativa, conforme a lo dispuesto en los artículos 15 y 16 del Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan enseñanzas artísticas reguladas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, será necesario estar en posesión del título de Graduado, Licenciado, Ingeniero o Arquitecto, o titulación equivalente a efectos de docencia. También deberá acreditar la cualificación específica para impartir los módulos formativos y se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los objetivos de los módulos formativos. Si dichos objetivos no estuvieran incluidos en las enseñanzas conducentes a dichas titulaciones, además de ellas deberá acreditarse, mediante certificación, una experiencia laboral de al menos tres años en el sector vinculado a la familia profesional realizando actividades productivas en empresas relacionadas con los resultados de aprendizaje.
3. Las especialidades o titulaciones del profesorado con atribución docente en los módulos propios de la Comunidad de Madrid relacionados en el artículo 3.1.b) son las establecidas en el anexo IV del presente decreto. En el caso del módulo formativo Iniciativa emprendedora, el profesorado de la especialidad docente de Organización industrial y legislación tendrá preferencia para impartirlo.
4. En aplicación de lo establecido en los artículos 96 y 100 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, además de lo señalado en los apartados anteriores, el profesorado deberá poseer la formación pedagógica y didáctica necesaria conforme a la normativa vigente.

Artículo 11. *Espacios y equipamientos.*

1. Los espacios y equipamientos que deben reunir los centros educativos para permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza de los ciclos de formación profesional deberán ajustarse a lo dispuesto en el artículo 5 del Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre.
2. La relación numérica profesor/alumno será, como máximo, de 1/30 en las clases teóricas y teórico prácticas y de 1/15 en las clases prácticas y talleres, conforme a lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre. Para el módulo de proyecto integrado se contará con la tutoría individualizada del profesorado que imparta docencia en el ciclo formativo.

3. Además, los espacios y equipamientos deberán cumplir la normativa sobre diseño para todos y accesibilidad universal, así como sobre prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el trabajo.

Artículo 12. Acceso a estas enseñanzas.

1. Las condiciones de acceso al ciclo formativo de grado superior, correspondiente al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, se regulan en el Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo.
2. En el ámbito de la Comunidad de Madrid, la regulación de las pruebas de acceso a los ciclos formativos de grado medio y grado superior de Artes Plásticas y Diseño se establecen en el Decreto 187/2021, de 21 de julio, del Consejo de Gobierno, por el que se regulan las pruebas de acceso a ciclos formativos de formación profesional y a las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño y la prueba sustitutiva de los requisitos académicos establecidos para el acceso a las enseñanzas deportivas de régimen especial y a las formaciones deportivas en período transitorio en la Comunidad de Madrid.
3. El contenido de la prueba específica de acceso al ciclo formativo correspondiente al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, tendrá la siguiente estructura:
 - a) Primer ejercicio: Desarrollo por escrito de las cuestiones que se formulen sobre Historia del Arte, a partir de un texto escrito y la documentación gráfica que se facilite. En este ejercicio se valorará el nivel de conocimientos y la sensibilidad ante las creaciones artísticas, comunicativas y funcionales. Duración: cuarenta y cinco minutos.
 - b) Segundo ejercicio: Realización de un dibujo artístico a partir de un modelo del natural. En este ejercicio se valorarán, la sensibilidad artística y la capacidad compositiva, de representación y de mimesis. Duración: noventa minutos.
 - c) Tercer ejercicio: Realización, a partir de un texto propuesto, de una composición gráfica. Se valorarán las aptitudes artísticas, compositivas y comunicativas. Duración: ciento veinte minutos.

Disposición adicional primera. *Módulo propio «Lengua extranjera profesional» de la Comunidad de Madrid.*

En el módulo profesional propio Lengua extranjera profesional establecido en el presente decreto se impartirá como norma general la lengua inglesa. La consejería competente en materia de Educación podrá autorizar, excepcionalmente, que la lengua impartida sea distinta del inglés, previa solicitud motivada del centro docente.

Disposición adicional segunda. *Autonomía pedagógica de los centros docentes.*

En virtud del Decreto 72/2013, de 19 de septiembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la autonomía de los centros para la fijación de los planes de estudio de los ciclos formativos de grado medio y de grado superior de Artes Plásticas y Diseño de la Comunidad de Madrid, la consejería competente en materia de Educación podrá autorizar proyectos propiciados por centros públicos o privados autorizados que comporten una organización curricular de las enseñanzas del ciclo formativo de grado superior de Artes Plásticas y Diseño de Gráfica Publicitaria, diferente de la establecida en este decreto, siempre y cuando queden garantizadas, en todos sus aspectos, las enseñanzas mínimas dispuestas en el citado Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre.

Disposición final primera. *Implantación del nuevo currículo.*

Las enseñanzas que se determinan en el presente decreto se implantarán a partir del curso escolar 2022-2023.

Disposición final segunda. *Habilitación para el desarrollo normativo.*

Se autoriza al titular de la consejería competente en materia de Educación a dictar las disposiciones que sean precisas para el desarrollo y la aplicación de lo dispuesto en este decreto.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid».

EL CONSEJERO DE EDUCACIÓN,
UNIVERSIDADES, CIENCIA Y
PORTAVOZ DEL GOBIERNO

LA PRESIDENTA DE LA
COMUNIDAD DE MADRID

Fdo.: Enrique Ossorio Crespo

Fdo.: Isabel Díaz Ayuso

ANEXO I

Objetivos, contenidos y criterios de evaluación de los módulos formativos del plan de estudios

A. Los módulos formativos recogidos en el artículo 3.1.a) de este decreto:

i. Módulo Profesional: Formación y Orientación laboral.

Código: CGA-4500

Duración: 65 horas

Créditos ECTS: 5

a) Objetivos:

1. Identificar las distintas vías de acceso al mercado de trabajo y a la formación permanente, así como conocer los organismos institucionales, nacionales y comunitarios dedicados a estos fines.

2. Analizar e interpretar el marco legal del trabajo y conocer los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, **reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.**

3. Determinar la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las distintas contingencias cubiertas, identificando las distintas clases de prestaciones.

4. Comprender y aplicar las normas sobre seguridad e higiene laboral y desarrollar sensibilidad hacia la protección del medio ambiente como factores determinantes de la calidad de vida.

5. Conocer los requisitos y condicionantes legales para organizar y gestionar una pequeña o mediana empresa, considerando los factores de producción, jurídicos, mercantiles y socio-laborales.

b) Contenidos:

1. Sistemas de acceso al mundo laboral. El mercado de trabajo: estructura. Técnicas y organismos que facilitan la inserción laboral. **Proceso, técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo y selección de personal en empresas pequeñas, medianas y grandes del sector.** Iniciativas para el trabajo por cuenta propia. La formación permanente.

2. El marco jurídico de las relaciones laborales. Estatuto de los trabajadores y regulación específica.

3. El contrato. Modalidades de contrato de trabajo. Derechos y deberes derivados de la relación laboral. **La nómina: Condiciones económicas establecidas en el convenio colectivo aplicable al sector del título.** Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo. **Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.**

4. Prestaciones de la Seguridad Social y desempleo.

5. Medidas de seguridad e higiene en el trabajo aplicables a la profesión.

6. La empresa. Distintos modelos jurídicos de empresas y características. Organización, administración y gestión. Obligaciones jurídicas y fiscales.

7. Los signos distintivos: marca, rótulo y nombre comercial. Transmisibilidad.
8. El empresario individual. Trámites para el inicio de la actividad empresarial. Presupuestos, tasaciones y facturación de trabajos.
9. Conceptos básicos de mercadotecnia. La organización de la producción, comercialización y distribución en la empresa. Métodos de análisis de costes y el control de la calidad.
10. Los derechos de propiedad intelectual e industrial. Registro de la propiedad intelectual. Entidades de gestión: *copyright* y *copyleft*. Propiedad industrial: modelos y dibujos industriales y artísticos. Registro y procedimiento registral.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Identificar las fuentes y vías de acceso al empleo y a la formación permanente directamente relacionadas con la profesión.
2. Determinar las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
3. Analizar la legislación y normativa vigente de aplicación al mundo laboral y a la regulación empresarial en la que se integra esta especialidad profesional.
4. Determinar los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
5. Realizar correctamente contratos y emitir facturas.
6. Analizar el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.
7. Identificar las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
8. Determinar las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.
9. Clasificar las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos, así como determinar las posibles situaciones legales de desempleo.
10. Conocer las normas sobre seguridad y salud en el trabajo y las diferentes técnicas de prevención de riesgos laborales.
11. Saber llevar a cabo la actividad empresarial tanto en el ámbito individual como societario.
12. Redactar el plan de creación y organización de un taller artístico y/o de una pequeña o mediana empresa en el que se consideren los aspectos jurídicos y socio-laborales correspondientes, los recursos materiales y humanos necesarios, las acciones de marketing, comercialización y distribución de los productos y los mecanismos de seguridad laboral, ambiental y de prevención de riesgos exigidos para iniciar su funcionamiento.
13. Conocer, identificar y aplicar la legislación sobre derechos de autor y registro de propiedad intelectual e industrial.

**ii. Módulo Profesional: Fotografía.
Código: CGA-4501**

Duración: 65 horas

Créditos ECTS: 5

a) Objetivos:

1. Conocer y dominar la técnica y la tecnología fotográfica.
2. Comprender el lenguaje fotográfico, sus dimensiones y sus particularidades.
3. Utilizar la fotografía en proyectos propios en el contexto de la especialidad.
4. Saber gestionar imágenes fotográficas adecuadas a proyectos de gráfica publicitaria.
5. Resolver problemas artísticos y técnicos que se planteen durante el proceso de realización fotográfica.
6. Conseguir resultados estéticos añadidos al valor técnico de los trabajos.

b) Contenidos:

1. El lenguaje fotográfico, dimensiones, finalidad, particularidades.
2. Nuevas tendencias estéticas en la fotografía actual.
3. Los equipos fotográficos: tipos de cámara, diferentes objetivos y sus usos.
4. La toma fotográfica. Composición, encuadres y puntos de vistas, planos. Condicionantes técnicos, ambientales y estéticos: exposición correcta, ley de reciprocidad, enfoque y profundidad de campo, longitud focal, perspectiva y profundidad. El fotómetro, interpretar y analizar la luminosidad de la escena. Representación del espacio y del tiempo en la imagen fija.
5. El control de la cámara y de los recursos expresivos.
6. La luz natural y artificial. Medición e iluminación: calidad de la luz, temperatura y color, diferentes direcciones de la luz, medición de la luz, luz incidente y luz reflejada, el estudio fotográfico, esquemas de luz, usos, estética y aplicaciones.
7. El color en la fotografía.
8. Gestión de archivos fotográficos. Edición y selección de fotografías.
9. La imagen digital. Técnicas de animación a partir de la imagen fija.
10. Procesado, manipulación y optimización de las imágenes para soportes publicitarios.
11. Tratamiento formal y expresivo de la fotografía en el ámbito de la especialidad.
12. Los ámbitos fotográficos.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Utilizar con destreza los equipos y las técnicas propias del medio fotográfico.
2. Comprender los mecanismos teórico-expresivos del medio fotográfico y utilizarlos con una finalidad comunicativa.

3. Integrar la fotografía en la realización de proyectos de gráfica publicitaria, bien sea como herramienta de creación o como recurso expresivo y comunicativo.
4. Valorar argumentadamente la producción fotográfica propia o ajena utilizando criterios técnicos, artísticos y comunicativos.

iii. Módulo Profesional: Fundamentos de la representación y la expresión visual.

Código: CGA-4502

Duración: 135 horas

Créditos ECTS: 9

a) Objetivos:

1. Analizar los elementos que configuran la representación del espacio en un soporte bidimensional y las interrelaciones que se establecen entre ellos.
2. Utilizar adecuadamente los elementos y las técnicas propias del lenguaje plástico y visual en la representación gráfica de imágenes.
3. Adecuar la representación gráfica a los objetivos comunicacionales del mensaje.
4. Comprender los fundamentos y la teoría del color, su importancia en los procesos de creación artístico-plástica y utilizarlos de manera creativa en la representación gráfica de mensajes.
5. Analizar el color y los demás elementos del lenguaje plástico y visual presentes en diferentes imágenes bi y tridimensionales.
6. Utilizar las herramientas y recursos del dibujo en la elaboración de bocetos, guiones gráficos y *story-boards* para la realización de proyectos fotográficos y audiovisuales.
7. Ejercitar la capacidad de invención e ideación y desarrollar la sensibilidad estética y creativa.
8. Captar y resolver gráficamente aspectos formales, espaciales, lumínicos y compositivos.
9. Apreciar las capacidades expresivas del trazo, incorporando este conocimiento a la obra propia.
10. Adquirir metodología de trabajo.

b) Contenidos:

1. Configuración del espacio bidimensional: El lenguaje gráfico. Elementos formales, expresivos y simbólicos del lenguaje plástico y visual. Morfología y dinamismo de la composición. Relación entre los elementos plásticos y visuales en la composición. Posibilidades expresivas.
2. Forma y estructura. Elementos proporcionales. Encaje y proporción. El trazo. Estudio de diferentes formas.
3. Forma y composición en la expresión bidimensional. Interés de las diferentes zonas espaciales del soporte. El concepto de lleno y vacío, de figura y fondo. La estructura. Interrelación de espacios y formas. Los ritmos compositivos.

4. Fundamentos y teoría de la luz y el color. La luz y la sombra. La luz natural y artificial. El claroscuro y el volumen. El valor, el tono y la intensidad. Efectos de la luz: transparencia, sombras y reflejos. Métrica del color. Armonías y contrastes.
5. Valores expresivos y simbólicos del color y de la iluminación en la transmisión de significados. Metodología, técnicas, instrumentos y procedimientos de expresión gráfica para la representación luminosa y cromática de mensajes visuales.
6. Interacción del color en la representación creativa. La sinestesia del color.
7. Instrumentos, técnicas y materiales. Metodología en la representación gráfica de imágenes para la expresión de la forma y las interrelaciones en la representación de mensajes visuales.
8. El dibujo de línea. Las tramas y texturas visuales. Procedimientos básicos. Dibujo en procesos de diseño gráfico. Efecto de volumen en el trazo del lápiz con el papel. Soportes usuales y no usuales. Nuevos lenguajes gráficos y pictóricos.
9. Concepto de apunte, boceto, estudio y dibujo final.
10. La cabeza humana. La figura humana vestida y desnuda. El canon a través de la historia.
11. Búsqueda de referencias visuales para llegar al concepto y a la forma. Búsqueda de instrumentos de aportación al proceso de creación personal: análisis y razonamiento.
12. Características formales y funcionales del dibujo para la planificación del producto fotográfico y audiovisual. Bocetos, *story-boards*.
13. Aplicación de las técnicas para la realización de ejercicios creativos dirigidos a la creación de imágenes de proyectos propios de cada ciclo.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Representar imágenes de acuerdo a las técnicas y procedimientos expresivos más idóneos.
2. Analizar, estructurar y representar el espacio compositivo de una imagen a partir de un planteamiento previo.
3. Utilizar adecuadamente la metodología y los diferentes materiales y técnicas del dibujo en la representación gráfica de formas de la realidad o de la propia inventiva.
4. Explorar con iniciativa y sensibilidad las posibilidades expresivas del dibujo, del color y la composición y utilizarlas de manera creativa en la realización de imágenes.
5. Utilizar el color con intencionalidad significativa y estética en la representación gráfica de ideas y mensajes.
6. Realizar bocetos y *story-boards* adecuados a las especificaciones de proyectos audiovisuales y fotográficos.
7. Valorar argumentadamente los aspectos formales, estéticos y simbólicos en una representación visual determinada.
8. Expresarse a través de diversos tipos de trazo.
9. Representar formas iluminadas por diferentes fuentes de luz.

10. Realizar dibujos de retentiva e imaginación, utilizando diferentes estrategias compositivas.

11. Utilizar creativamente los instrumentos de referencia del lenguaje plástico y visual.

iv. Módulo profesional: Fundamentos del diseño gráfico

Código: CGA-4503

Duración: 200 horas

Créditos ECTS: 13

a) Objetivos:

1. Diferenciar los ámbitos, particularidades y principales aplicaciones del diseño gráfico.
2. Identificar y analizar los recursos comunicativos y expresivos del diseño gráfico en sus diferentes ámbitos.
3. Explorar las posibilidades comunicativas de los recursos del diseño gráfico en la transmisión eficaz de ideas y mensajes publicitarios.
4. Saber utilizar los elementos propios del lenguaje gráfico para comunicar mensajes e ideas.
5. Analizar las características formales y funcionales de la composición, la tipografía, el color y la imagen en el mensaje publicitario.
6. Saber estructurar el soporte y ordenar los elementos que participan en el discurso gráfico atendiendo a los objetivos comunicacionales del encargo.
7. Explorar las particularidades del soporte con relación a las posibilidades expresivas de los elementos gráficos del mensaje y su visualización.
8. Valorar argumentadamente productos publicitarios en función de las características formales, técnicas y comunicativas.
9. Desarrollar la creatividad y la capacidad de innovación a la hora de afrontar un trabajo gráfico.
10. Planificar correctamente el trabajo, iniciándose en el desarrollo de una metodología propia que permita abordar las diferentes etapas del proyecto.

b) Contenidos:

1. Arte, diseño y comunicación. El diseño gráfico, ámbitos, aplicaciones y sus particularidades. Métodos de diseño.
2. Metodología y creatividad. Métodos para desarrollar la creatividad.
3. La comunicación y el lenguaje visual. Semiótica. Los signos gráficos, la tipografía, el color, la composición y la imagen. Valor expresivo y comunicativo. Procedimientos retóricos.
4. Estructura del espacio gráfico y jerarquías compositivas e informativas de los elementos visuales en función del mensaje y del soporte utilizado.
5. Tendencias gráficas actuales en comunicación persuasiva, informativa e identificativa. Repercusiones formales, técnicas y comunicativas de las nuevas tecnologías.

6. El medio y el soporte del mensaje publicitario. Aspectos significativos. Particularidades. Condicionamientos formales y técnicos.

7. **Introducción a los diferentes campos de aplicación del diseño gráfico: identidad, información y persuasión.**

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Caracterizar los campos de actuación del diseño gráfico, diferenciar los objetivos comunicativos dominantes en cada uno, sus interrelaciones, aplicaciones y productos.

2. Comprender las posibilidades formales y comunicativas de la composición, la tipografía, el color y la imagen y aplicarlas en supuestos prácticos de la especialidad.

3. Explorar diferentes combinaciones de elementos visuales con un objetivo persuasivo.

4. Proponer productos publicitarios adecuados a supuestos prácticos de la especialidad utilizando criterios formales, estéticos y funcionales.

5. Ordenar el espacio y los elementos visuales del mensaje publicitario atendiendo a la jerarquía informativa, al objetivo comunicativo y al soporte seleccionado.

6. Valorar críticamente la calidad estética, técnica y la eficacia comunicativa de mensajes gráficos publicitarios, en base a los conocimientos del módulo y al propio criterio.

7. **Cumplir los plazos de entrega de los trabajos, iniciando un desarrollo adecuado del método de trabajo.**

v. **Módulo Profesional: Historia de la imagen publicitaria.**

Código: CGA-4670

Duración: 100 horas

Créditos ECTS: 6

a) Objetivos:

1. Comprender el lenguaje y las peculiaridades de la imagen gráfica y audiovisual en relación con el fenómeno publicitario.

2. Conocer las diversas manifestaciones de la comunicación gráfica y audiovisual publicitarias y su evolución en relación con los conceptos estéticos del contexto histórico-artístico.

3. Asimilar la evolución histórica, formal y tecnológica de los medios gráficos y de la imagen audiovisual publicitaria y conocer los principales centros de producción, autores y obras.

4. Analizar y valorar los productos publicitarios gráficos y audiovisuales en su dimensión técnica, tecnológica, artística, comunicativa y expresiva.

5. Demostrar interés y sensibilidad acerca de los productos publicitarios gráficos y audiovisuales actuales.

b) Contenidos:

1. El fenómeno publicitario y su relación con la imagen. Los medios de comunicación y la publicidad. La imagen gráfica, la fotografía y los medios audiovisuales en relación con la publicidad. Lenguajes y características de cada medio.
2. El signo, la comunicación y el lenguaje. La imagen persuasiva. Recorrido por la evolución histórica, técnica y estética de la imagen gráfica publicitaria. Obras, tendencias y autores más relevantes de la publicidad impresa.
3. La imagen audiovisual y el mensaje publicitario. Recorrido por la evolución histórica y técnica. Obras y tendencias más relevantes de la publicidad audiovisual y multimedia.
4. Imagen publicitaria y movimientos artísticos. El diseño gráfico publicitario.
5. La imagen publicitaria en la actualidad. Realizaciones y tendencias.
6. Los textos publicitarios como parte de la comunidad letrada en la que vivimos. La narrativa publicitaria y sus fórmulas de comunicación visual.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Analizar e interpretar formal, estilística y técnicamente las imágenes publicitarias gráficas y audiovisuales en relación con el contexto histórico-artístico en que se producen.
2. Identificar las imágenes publicitarias más relevantes así como el valor de las aportaciones e innovaciones de los autores más destacados.
3. Explicar razonadamente la evolución técnica de los sistemas de reproducción gráfica y sus repercusiones formales en relación con el contexto histórico y cultural, utilizando adecuadamente la terminología específica.
4. Explicar razonadamente la evolución tecnológica y sus consecuencias formales en relación con el contexto histórico y cultural, utilizando adecuadamente la terminología específica.
5. Demostrar interés y sensibilidad hacia la evolución de los productos publicitarios a lo largo de su historia.
6. Interpretar y valorar argumentadamente los textos y las fórmulas narrativas del mensaje publicitario en su contexto histórico-cultural.
7. Explorar con iniciativa y criterio personal la correspondencia de la obra de arte como recurso de la imagen publicitaria para sus propios mensajes.

vi. **Módulo Profesional: Lenguaje y tecnología audiovisual.**

Código: CGA-4506

Duración: 265 horas

Créditos ECTS: 22

a) Objetivos:

1. Comprender la evolución y el lenguaje de la imagen en movimiento y analizar los códigos y dimensiones del lenguaje audiovisual. **Conocer la evolución histórica y el lenguaje de la imagen en movimiento.**
2. Manejar la **técnica** y tecnología básica de realización de productos audiovisuales a través del manejo de programas de edición multimedia que permitan la creación y manipulación de sonido, video y animaciones. **Realizar productos audiovisuales en todas sus fases.**
3. Explorar las posibilidades expresivas y artísticas del lenguaje audiovisual y utilizarlas para comunicar ideas y mensajes del ámbito publicitario. **Elaborar guiones literarios y gráficos.**
4. Analizar y valorar productos audiovisuales publicitarios y emitir un juicio crítico argumentado acerca de la creación audiovisual propia y ajena.
5. Proponer mensajes publicitarios adecuados a la tecnología audiovisual.
6. **Interpretar y realizar trabajos en el medio audiovisual dentro del contexto de la especialidad.**
7. Utilizar adecuadamente la terminología propia de la asignatura.
8. Desarrollar la capacidad de comunicación audiovisual, la inventiva y expresividad personales.

b) Contenidos:

1. Teorías sobre el mensaje audiovisual. Evolución de los medios audiovisuales. **El medio televisivo. Transmisión de señales.**
2. La comunicación audiovisual **y multimedia**. Dimensiones, funciones y organización del mensaje audiovisual. **El guion. La narrativa visual. Fases previas al guion literario. El argumento.**
3. Fundamentos tecnológicos de los medios audiovisuales. Tecnología video y digital. Elementos técnicos de los equipos audiovisuales. **Control técnico de los equipos de toma y de postproducción. La cámara de vídeo. Soportes para cámaras. Las nuevas tecnologías y los nuevos horizontes audiovisuales. Grabación de vídeo.**
4. El lenguaje audiovisual. Retórica narrativa y retórica visual. La ordenación del espacio y del tiempo representado. Transición y continuidad. Articulaciones espacio-temporales. El montaje. La libertad formal. **Estructura fílmica narrativa: la idea y el conflicto, los puntos de trama. El encuadre. Tipos de planos. El punto de vista de la cámara. Movimientos de cámara.**
5. Otros elementos de la imagen audiovisual: iluminación, sonido, escenografía. **Iluminación: tipos de focos y soportes para iluminación. Sonido: características y formatos del sonido. Grabación y edición de audio. Componentes de la banda sonora. Escenografía: planificación de la puesta en escena. Actores.**
6. Fases en la elaboración de un producto audiovisual. **Preproducción, producción y postproducción. La edición: concepto, modos y funciones. La edición digital. Los efectos visuales en postproducción. Aplicaciones de edición no lineal.**
7. Los géneros y los productos audiovisuales. **Clasificación de los productos audiovisuales.**

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Identificar y analizar las dimensiones y funciones del lenguaje audiovisual en mensajes y productos específicos de la especialidad.
2. Explicar y ejemplificar los recursos expresivos y narrativos del lenguaje audiovisual utilizando con propiedad los conceptos y terminología de la asignatura.
3. Realizar propuestas audiovisuales, técnicamente correctas, de piezas publicitarias llevando a cabo adecuadamente las distintas fases del proceso.
4. Saber utilizar con destreza los equipos y la tecnología propia del medio audiovisual.
5. Saber editar audio y video.
6. Explorar con iniciativa las posibilidades técnicas, expresivas y comunicativas de las tecnologías audiovisuales y aplicarlas de manera creativa en la creación de mensajes audiovisuales utilizables en proyectos publicitarios propios o encargados.
7. Emitir un juicio estético y técnico argumentado con relación a productos publicitarios audiovisuales.

vii. **Módulo Profesional: Medios informáticos.**

Código: CGA-4507

Duración: 100 horas

Créditos ECTS: 6

a) Objetivos:

1. Analizar la evolución de los medios informáticos en la sociedad actual y la presencia de las nuevas tecnologías en la realización y edición de la imagen animada.
2. Conocer los fundamentos informáticos, la relación hardware y software y comprender sus características y funciones.
3. Comprender y aplicar los conceptos fundamentales de la imagen digital vectorial y la imagen *bitmap*, el tratamiento de la tipografía digital, sistemas de color y formatos adecuados a cada necesidad.
4. Digitalizar imágenes, almacenarlas y convertirlas a formatos adecuados.
5. Conocer y utilizar las aplicaciones de los programas informáticos específicos de diseño.
6. Utilizar los medios informáticos como instrumentos de ideación, gestión y comunicación del propio trabajo.

b) Contenidos:

1. Evolución de la informática e Internet. La sociedad de la información. Software libre.
2. Sistemas operativos. Ordenador, periféricos y redes, *cloud computing*.
3. Sistemas de colores, digitalización, vectorización, OCR. Tipografía digital.

4. Comunicación entre diferentes entornos. Importación y exportación de archivos.
5. La imagen vectorial. Software de creación. El área de trabajo. Herramientas de dibujo.
6. Organización de objetos: capas, agrupamientos, máscaras y estilos.
7. La imagen *bitmap*. Software de creación, tratamiento y gestión de imágenes *bitmap* y fotografía digital. Herramientas de dibujo.
8. Fotografía digital. Preparación de ficheros para distribución y salida.
9. Tipos de archivos para la distribución y salida. Organización de la información.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Valorar argumentadamente la evolución tecnológica y la importancia de las nuevas tecnologías en los procesos productivos, industriales y artísticos y específicamente en el ejercicio profesional del diseño gráfico en sus distintos ámbitos.
2. Identificar los componentes físicos y lógicos de un sistema informático.
3. Comprender y utilizar adecuadamente los diversos tipos de formatos gráficos para aplicaciones gráficas y multimedia y las diferentes posibilidades de organizar la información.
4. Preparar los formatos, resolución y tamaño para trabajar en aplicaciones gráficas y multimedia.
5. Diferenciar los formatos de imagen digital vectorial y *bitmap* y comprender sus características fundamentales.
6. Emplear con destreza las herramientas de ilustración vectorial y *bitmap*.
7. Seleccionar y utilizar correctamente los materiales y equipos informáticos en el desarrollo del propio trabajo, tanto en el proceso creativo y proyectual como en la comunicación.

viii. Módulo Profesional: Teoría de la imagen.

Código: CGA-4512

Duración: 65 horas

Créditos ECTS: 5

a) Objetivos:

1. Identificar, valorar e interpretar imágenes aplicando diferentes modelos de análisis.
2. Conocer los principios teóricos de la percepción visual.
3. Interpretar los códigos significativos de la imagen.
4. Identificar y valorar la función expresiva y comunicativa de la imagen en su contexto.
5. Identificar y analizar las estrategias de comunicación en la imagen.
6. Conocer los diferentes ámbitos y entornos de producción de la imagen fija y en movimiento.

7. Conocer los elementos básicos de la plástica y su articulación, así como la estructura y composición de la imagen.

b) Contenidos:

1. La representación y los elementos morfológicos, dinámicos y medibles de la imagen. **Estructura y composición de la imagen.**
2. Identificación, análisis y valoración de la imagen.
3. Sintaxis visual.
4. La visualización de la realidad. Teorías perceptivas. **Percepción visual. Teorías de la Gestalt. La constancia, las ilusiones visuales, la tercera dimensión.**
5. El signo: expresión y contenido. Denotación y connotación.
6. Tipos de signos. Propiedades y convenciones. Los signos y sus valores significativos.
7. La comunicación visual. El proceso comunicativo.
8. **La significación de la imagen. Usos retóricos.**
9. **Distintos enfoques de análisis de la imagen. La lectura de la imagen.**
10. **Narrativa y secuencialidad en la imagen fija.**

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Identificar los elementos morfológicos y sintácticos de imágenes dadas.
2. Analizar imágenes de acuerdo a los contenidos expresivos del lenguaje visual utilizado y su significado.
3. Elaborar propuestas de representación gráfica para los conceptos y principios fundamentales de la percepción visual.
4. Proponer soluciones gráficas adecuadas a problemas de comunicación y valorarlas argumentadamente.
5. Elaborar estrategias de comunicación visual para la transmisión de ideas y mensajes propios o asignados y explicarlas argumentadamente.
6. **Elaborar un juicio crítico argumentado acerca de imágenes concretas.**

ix. Módulo Profesional: Proyectos de gráfica publicitaria.

Código: CGA-4671

Duración: 245 horas

Créditos ECTS: 21

a) Objetivos:

1. Conocer las metodologías propias de la especialidad y saber llevarlas a cabo en diferentes proyectos de gráfica publicitaria.

2. Planificar y desarrollar el proceso proyectual de supuestos prácticos de la especialidad y realizar los controles de calidad que permitan solucionar los problemas técnicos, artísticos y comunicativos que se presenten.
3. Integrar los contenidos de los otros módulos en la realización de proyectos de gráfica publicitaria y emitir un juicio crítico argumentado respecto al propio trabajo y resultados.
4. Planificar correctamente la realización de las diferentes fases de un proyecto de gráfica publicitaria y desarrollarlo hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
5. Valorar la realización de trabajos de gráfica publicitaria como oportunidad de experimentación, creatividad, comunicación y expresión artística personal.
6. Iniciarse en la búsqueda de un estilo y discurso estético propio para expresar gráficamente mensajes publicitarios.
7. Dominar las tecnologías propias de la gráfica publicitaria para la ideación y el desarrollo de proyectos gráficos de calidad exigible a nivel profesional.
8. Conocer la normativa específica de aplicación a su especialidad.

b) Contenidos:

1. La gráfica publicitaria y su vinculación con otras disciplinas y ámbitos del diseño, interrelaciones.
2. La acción y el mensaje persuasivo. Recursos persuasivos. Los procedimientos retóricos. Imagen persuasiva. Credibilidad.
3. Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional.
4. Metodologías de proyectación, enfoques creativos. El proyecto de gráfica publicitaria. Interdisciplinariedad. Especificaciones y definición del mensaje. Planificación y realización gráfica. Control de calidad. Aspectos económicos de rentabilidad y sostenibilidad.
5. Memoria y comunicación del proyecto. Presentación y argumentación. Valoración crítica.
6. Tecnología y software de la especialidad en los procesos de creación, realización y comunicación del proyecto de gráfica publicitaria.
7. Normativa específica de aplicación a la especialidad.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Saber definir conceptual, formal y funcionalmente el proyecto gráfico de mensajes publicitarios atendiendo a las especificaciones del encargo.
2. Seleccionar y aplicar la metodología proyectual más adecuada al encargo.
3. Planificar el proyecto de gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo.

4. Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga.
5. Proponer diversas soluciones gráficas, estilística y temáticamente adecuadas a las especificaciones del encargo y utilizar en las propuestas gráficas los elementos persuasivos más adecuados.
6. Realizar el producto gráfico llevando a cabo el control de calidad correspondiente a cada momento a fin de garantizar la calidad gráfica y persuasiva del mensaje.
7. Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad.
8. Atenerse en los proyectos a la normativa vinculada al ejercicio profesional como por ejemplo la relativa al derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen.

x. Módulo Profesional: Teoría de la publicidad y marketing

Código: CGA-4672

Duración: 120 horas

Créditos ECTS: 7

a) Objetivos:

1. Comprender el proceso de comunicación, sus elementos y canales, y los principios y ámbitos de la comunicación persuasiva.
2. Conocer los objetivos, fundamentos y tipología de la publicidad y diferenciarla de otras formas de comunicación persuasiva.
3. Comprender las funciones del lenguaje y otros signos empleados en publicidad así como la estructura y la retórica del mensaje publicitario.
4. Analizar la metodología de creación del mensaje publicitario y aplicarla en la definición de propuestas para supuestos prácticos de la especialidad.
5. Analizar la presencia y las formas del mensaje persuasivo en los medios de comunicación de masas y comprender las especificidades de la publicidad en prensa y otros medios gráficos.
6. Evaluar acciones publicitarias en diferentes medios con relación a sus características formales y funcionales.
7. Valorar la influencia de la publicidad en el comportamiento del consumidor y del diseño gráfico en la calidad artística y persuasiva del mensaje publicitario.
8. Definir los factores para la evaluación de la eficacia publicitaria y cómo influyen en el diseño del mensaje
9. Conocer la normativa básica que regula la actividad publicitaria y las normas de autorregulación del sector.
10. Conocer el proceso y las técnicas de investigación de mercados.
11. Conocer los distintos sistemas de planificación de ventas.
12. Alcanzar una comprensión global del sistema distributivo de la empresa.

b) Contenidos:

1. El proceso de la comunicación. Definición y corrientes teóricas. Elementos, canales. La comunicación persuasiva, objetivos, funciones, ámbitos. Variables de la persuasión.
2. La publicidad como forma de persuasión. Definición, objetivos globales, funciones, tipología. Los modelos de actuación publicitaria y su influencia sobre el consumidor. Estilos publicitarios según el contenido, el uso y la duración del mensaje.
3. El mensaje publicitario, semiología. Dimensión lingüística e icónica. Componentes, características y formatos de presentación del mensaje en los diferentes medios. Metodología para la creación del mensaje publicitario. La imagen publicitaria y su poder de evocación.
4. Los medios de comunicación de masas y la publicidad. Particularidades del mensaje publicitario y su formato en los medios gráficos y audiovisuales.
5. La eficacia publicitaria. Concepto y factores para la evaluación.
6. Las agencias de publicidad, funciones, organización y servicios que presta. Principales agencias del mundo y España. Campañas significativas.
7. La regulación normativa y las normas de autorregulación publicitaria.
8. El marketing: concepto, naturaleza y funciones del marketing.
9. La investigación de mercados. Procesos y técnicas.
10. El producto: concepto y tipos. Ciclos de vida del producto. Etapas de desarrollo de un nuevo producto.
11. La distribución: Concepto, funciones y sistemas de distribución. Los canales de distribución: Mayoristas y minoristas. Las nuevas formas de distribución comercial. Los costes.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Explicar el proceso de la comunicación y las particularidades de la comunicación persuasiva, utilizando adecuadamente los conceptos y terminología del módulo.
2. Definir adecuadamente la publicidad en el contexto de la comunicación persuasiva, los objetivos, modelos y funciones de la actuación publicitaria.
3. Explicar la estructura, características y funciones del mensaje publicitario y ejemplificarlos razonadamente mediante acciones publicitarias gráficas y audiovisuales de la actualidad.
4. A partir de supuestos prácticos de la especialidad, proponer acciones publicitarias de calidad artística y comunicativa aplicando la metodología adecuada y normas de regulación del sector.
5. Analizar piezas publicitarias gráficas y audiovisuales y valorarlas argumentadamente con relación a los conceptos desarrollados en el módulo y a las particularidades del medio correspondiente.
6. Explicar la organización y funciones de las agencias de publicidad y su relación con la actividad profesional del grafista.

xi. Módulo Profesional: Tipografía**Código: CGA-4513****Duración: 170 horas****Créditos ECTS: 9****a) Objetivos:**

1. Valorar la dimensión comunicativa de la tipografía como imagen de la palabra y la transmisión de ideas.
2. Estudiar los elementos formales del signo tipográfico.
3. Analizar los condicionantes formales de un alfabeto. El signo y el abecedario.
4. Identificar y comprender la disposición de los caracteres tipográficos. La palabra y el texto.
5. Elaborar representaciones gráficas utilizando material tipográfico.
6. Valorar la dimensión estética, técnica, semántica y funcional de la tipografía y la composición.
7. Explorar las posibilidades creativas de los elementos tipográficos, caracteres, palabras, textos y composición para realizar propuestas comunicativas eficientes.
8. Conocer la evolución de la tipografía y sus diferentes usos y aplicaciones.
9. Conocer y saber utilizar las distintas familias tipográficas.
10. Adquirir conceptos como: legibilidad, espaciado, relación forma-contenido, etc.
11. Tomar decisiones tipográficas con criterios estilísticos, estéticos o funcionales.

b) Contenidos:

1. La evolución gráfica de la comunicación. Origen y evolución de los caracteres. Rotulado y caligrafía. De la imprenta de tipos móviles a la tipografía digital.
2. La forma de cada carácter. Anatomía de los signos tipográficos. Estructura.
3. La unidad y el todo. El carácter y el abecedario tipográfico. Las familias de caracteres tipográficos.
4. Tipometría tipográfica y su entorno tecnológico.
5. Condiciones de legibilidad y ergonomía.
6. Conceptos de composición tipográfica.
7. Disposición y estética tipográfica.
8. Maquetación.
9. La tipografía en el ámbito publicitario: tipografía experimental y creativa. Fototipografía.
10. Aspectos técnicos, estéticos, semánticos y funcionales de la tipografía.
11. El valor comunicativo y expresivo del mensaje tipográfico y las posibilidades persuasivas de los signos visuales.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Analizar y describir los elementos formales de los caracteres y sus implicaciones como imágenes visuales.
2. Explorar con un objetivo comunicativo diferentes construcciones gráficas de la imagen de los caracteres.
3. Proponer representaciones gráficas eficientes y adecuadas al mensaje mediante diversas combinaciones de los elementos tipográficos.
4. Definir propuestas tipográficas adecuadas a supuestos prácticos de la especialidad utilizando criterios formales, estéticos y funcionales.
5. Valorar críticamente la coherencia argumentativa del mensaje gráfico y de los recursos tipográficos que lo representen, en base a los conocimientos del módulo y al propio criterio.
6. Cumplir la metodología de trabajo, las normas de presentación y los plazos de entrega establecidos.
7. Resolver correctamente los problemas tipográficos propuestos.

xii. **Módulo Profesional: Proyecto integrado.**

Código: CGA-4673

Duración: 50 horas

Créditos ECTS: 7

a) Objetivos:

1. Proponer y materializar un proyecto de la especialidad, propio o encargado, de calidad técnica, artística y comunicacional.
2. Realizar el proyecto llevando a cabo todas las etapas y controles de calidad correspondientes.
3. Desarrollar, mediante la proyección y realización de un proyecto original de la especialidad las destrezas profesionales de su especialidad.

b) Contenidos:

1. La creación y realización del proyecto de gráfica publicitaria. Metodología. Etapas. Especificaciones. Condicionantes. Documentación gráfica. **Técnicas. Normalización. Presupuesto.**
2. Materialización del proyecto de gráfica publicitaria hasta la obtención del producto acabado. Verificación del control de calidad en las diferentes etapas.
3. La comunicación, presentación y defensa del proyecto.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Realizar un proyecto de la especialidad que cumpla con el nivel técnico, artístico y comunicacional exigible en el ámbito profesional.
2. Utilizar una metodología proyectual adecuada a los condicionantes y especificaciones del encargo.
3. Realizar el control de calidad del proyecto en sus aspectos formales, expresivos, técnicos, tecnológicos y funcionales.
4. Presentar adecuadamente el proyecto y emitir una valoración personal técnica, artística y funcional utilizando correctamente los conceptos y terminología propios de su ámbito profesional.

B. Los módulos formativos propios de la Comunidad de Madrid, recogidos en el artículo 3.1.b) de este decreto, son:

xiii. Módulo Profesional: Informática aplicada a la gráfica publicitaria.

Código: CM27-CGA

Duración: 110 horas

a) Objetivos:

1. Dominar las herramientas digitales de tratamiento de imágenes para la obtención de productos publicitarios.
2. Manejar adecuadamente herramientas informáticas de diseño combinado de texto e imagen orientadas a realizar productos publicitarios específicos.
3. Estructurar la información gráficamente utilizando diferentes recursos que permitan la comunicación del mensaje de manera gráfica.
4. Conocer y saber escoger las diferentes herramientas digitales específicas para realizar productos promocionales.
5. Asumir la responsabilidad ética así como el respeto a los derechos de autor de la imagen publicitaria retocada.
6. Analizar el proceso de diseño de proyectos gráficos para la Red, las diferentes tareas de realización propia de la especialidad y los controles de calidad adecuados a cada tarea.
7. Conocer los avances tecnológicos en lo referente a los recursos y servicios que la Red ofrece.

b) Contenidos:

1. Presentaciones digitales.
2. Programas de maquetación: composición con textos e imágenes. Formatos de archivos de composición de página. Maquetación de documentos gráficos.

3. Programas de producción editorial. Composición y maquetación de publicaciones. Preparación de archivos para su impresión industrial o publicación online.
4. Software para el diseño de recursos publicitarios en pantalla.
5. Programas para desarrollo en la Red.
6. Sistemas de gestión de contenido, almacenamiento de archivos y compartir en la Red.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Valorar argumentadamente la evolución tecnológica y la importancia de las nuevas tecnologías en los procesos productivos, industriales y artísticos y específicamente en el ejercicio profesional del diseño gráfico en sus distintos ámbitos.
2. Incorporar las técnicas digitales dentro del proceso proyectual de realización de productos publicitarios.
3. Emplear con destreza las herramientas de maquetación y desarrollo en la Red.
4. Seleccionar y utilizar correctamente los materiales y equipos informáticos en el desarrollo del propio trabajo tanto en el proceso creativo y proyectual como en la comunicación.
5. Innovar y desarrollar un discurso propio utilizando las herramientas digitales.
6. Analizar y expresar de manera gráfica información periodística o documental.
7. Optimizar los diferentes productos finales para su reproducción.

xiv. Módulo Profesional: Iniciativa emprendedora.

Código: CM20-CGA

Duración: 55 horas

a) Objetivos:

1. Valorar la cultura emprendedora como fuente de creación de empleo, progreso y bienestar social.
2. Reconocer, desarrollar y valorar capacidades, actitudes personales y habilidades sociales asociadas a la iniciativa emprendedora.
3. Definir, en función de análisis del entorno, la oportunidad de creación y viabilidad de un proyecto de emprendimiento.
4. Analizar el concepto de riesgo como elemento inevitable en toda actividad emprendedora.
5. Fomentar la iniciativa emprendedora en el sector productivo o artístico relacionado con el ciclo formativo, promoviendo el desarrollo sostenible, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.
6. Realizar actividades para la constitución y puesta en marcha de una empresa, seleccionando la forma jurídica más adecuada en función de la actividad económica y los

recursos disponibles e identificando las obligaciones legales asociadas y las fuentes de asesoramiento, apoyo y financiación.

7. Seleccionar y gestionar los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo de la idea.

8. Desarrollar un proyecto de emprendimiento viable que lleve a la realidad la idea innovadora.

b) Contenidos:

1. El emprendimiento como factor de innovación y desarrollo económico en el mundo globalizado. Principales características de la innovación en el sector productivo o artístico relacionado con el ciclo formativo. La idea emprendedora.

2. El carácter emprendedor: iniciativa, motivación, formación y creatividad. Desarrollo de habilidades sociales: comunicación asertiva y escucha activa, liderazgo de grupos y personas, trabajo en equipo y resolución de conflictos, gestión de la incertidumbre y toma de decisiones.

3. Misión, visión y valores de la empresa. La cultura emprendedora como necesidad social. Imagen corporativa. Responsabilidad social y ética empresarial. La sostenibilidad: incorporación de valores éticos en la cultura empresarial y el impacto sobre su entorno.

4. La empresa y su entorno:

- Análisis del entorno general o macroentorno (económico, financiero, social, cultural, artístico y tecnológico).
- Análisis del entorno específico o microentorno. La red logística: proveedores, clientes, sistemas de producción y comercialización. La competencia.
- Estrategia, ventaja competitiva y análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO). Los riesgos en la actividad emprendedora. Determinación de la viabilidad de la empresa.

5. Elección de forma jurídica, trámites de constitución y puesta en marcha de una empresa del sector profesional relacionada con el ciclo formativo.

6. La gestión de recursos humanos: organigrama, selección, contratación de personal y asignación de funciones. Investigación + Desarrollo + Innovación.

Los recursos materiales y la búsqueda de fuentes de financiación. El mecenazgo y el *crowdfunding*. Incentivos fiscales, gestión de ayudas y subvenciones. Información contable.

7. La realización del proyecto emprendedor:

- Estudio y análisis de necesidades y oportunidades del entorno. Métodos de análisis de la competencia.
- Elección del reto emprendedor bajo criterios de viabilidad y generación de valor.
- Definición del objetivo perseguido.
- Formulación y descripción de la idea innovadora y creativa.
- Determinación de los recursos humanos y materiales necesarios para afrontar el proyecto emprendedor.

- Planificación del proyecto: fases y tiempos en los planes de producción, comercialización, distribución y marketing y plan económico-financiero, entre otros.
- Gestión y ejecución del proyecto.
- Análisis de impactos sobre el entorno (ambiental, social y económico).
- Valoración del proceso de trabajo. Identificación de errores y logros.
- Difusión, promoción y presentación del proyecto. Intercambio creativo.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Analizar el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo, progreso y bienestar social.
 2. Reconocer y gestionar de forma eficaz las capacidades personales asociadas a la iniciativa emprendedora promoviendo y desarrollando actitudes creativas.
 3. Poner en práctica habilidades sociales de comunicación asertiva, liderazgo, cooperación y gestión del riesgo, conformando grupos de trabajo basados en principios de actitud participativa, resolución de conflictos, respeto a las aportaciones de los demás y toma de decisiones colectiva.
 4. Definir la oportunidad de creación y viabilidad de un proyecto de emprendimiento que incorpore los conceptos de responsabilidad social y ética empresarial.
 5. Valorar el impacto del proyecto de emprendimiento sobre el entorno de actuación, proponiendo soluciones sostenibles.
 6. Realizar los trámites necesarios para la constitución y puesta en marcha del proyecto de emprendimiento, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.
 7. Buscar e identificar fuentes de asesoramiento, apoyo y financiación del proyecto, seleccionando los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto emprendedor.
 8. Identificar, reunir y gestionar de manera eficiente los recursos humanos y materiales necesarios en el proceso de desarrollo de la idea.
 9. Realizar actividades de gestión administrativa y contable de la actividad empresarial.
 10. Planificar, diseñar y poner en marcha un proyecto emprendedor viable asociado al sector productivo o artístico relacionado con el ciclo formativo.
- Difundir, promocionar y presentar el proyecto emprendedor, propiciando la búsqueda de sinergias y el intercambio creativo.

xv. Módulo Profesional: Lengua extranjera profesional.

Código: CM15-CGA

Duración: 55 horas

a) Objetivos:

1. Comprender el sentido general y los detalles más relevantes de textos orales, breves o de extensión media, producidos en lengua extranjera, claramente articulados en un registro estándar, referidos a situaciones generales y a la actividad profesional.
2. Producir y coproducir en lengua extranjera textos orales breves o de extensión media que permitan comunicarse e interactuar con eficacia en el sector profesional correspondiente; participar en la solución de problemas de intercomprensión que impidan o dificulten la comunicación.
3. Comprender el sentido general y los detalles más relevantes de textos escritos en lengua extranjera, en un registro estándar, breves o de extensión media, bien estructurados, referidos a situaciones generales y específicas, que permitan desarrollar la actividad profesional.
4. Producir y coproducir en lengua extranjera textos escritos bien organizados, comprensibles y con el nivel de detalle requerido que le permitan interactuar y comunicarse con eficacia en situaciones cotidianas y en el sector profesional correspondiente, utilizando el registro y estilo adecuados.
5. Reconocer y aplicar estrategias de comunicación y aprendizaje (autocorrección, planificación, etc.) que puedan resultar eficaces para mejorar el uso de la lengua extranjera en el ámbito profesional.

b) Contenidos:

1. Identificación de la intención comunicativa y de la información profesional presente en textos escritos. Análisis y comprensión detallada de textos escritos relativos al sector profesional tales como manuales, tutoriales, ofertas de trabajo y presentaciones comerciales, que hagan uso de terminología específica e incluyan la descripción de operaciones y tareas propias del sector.
2. Comprensión del sentido general y extracción de la información esencial o detalles relevantes a partir de diferentes tipos de producciones orales relacionadas con el ámbito profesional, tales como tutoriales, presentaciones o debates.
3. Elaboración de textos escritos relacionados con el desarrollo profesional, la inserción laboral, el emprendimiento y la promoción. Conocimiento y uso de la tipología textual apropiada (currículum profesional, carta de presentación, respuestas a ofertas de trabajo e informes breves, entre otros).
4. Solicitud, mediante mensajes orales o escritos, de la información necesaria para favorecer la comunicación en el ámbito profesional, referida, entre otros, al funcionamiento de objetos, maquinaria o aplicaciones informáticas.
5. Estrategias para mantener una conversación en lengua extranjera. Uso de recursos formales y de fórmulas habituales en el ámbito profesional para iniciar, mantener y finalizar la comunicación oral o escrita: fórmulas de saludo, bienvenida y despedida; presentarse y presentar a otra persona; invitar; llamar la atención y pedir disculpas.
6. Reconocimiento y uso, dentro del ámbito personal y profesional, de diferentes registros de formalidad adecuados al contexto comunicativo, de expresiones de gusto y preferencia, y de fórmulas de cortesía.
7. Estrategias para compensar las carencias lingüísticas, tales como inferir, parafrasear, usar deícticos o lenguaje corporal. Análisis de errores frecuentes y reconocimiento del

error como parte del proceso de aprendizaje. Uso de recursos digitales para superar limitaciones lingüísticas y para solucionar problemas de comprensión.

8. Comprensión y uso de la terminología específica básica relacionada con el sector profesional.

9. Conocimiento, selección y uso de léxico común relativo a: la identificación personal; la actividad profesional, el trabajo y las ocupaciones; la empresa y su entorno; la educación y la formación; las actividades comerciales; las actividades de la vida diaria; y las tecnologías de la información y la comunicación.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad de los alumnos para:

1. Comprender la información global y específica más relevante de textos orales en lengua extranjera relacionados con el sector profesional, articulados a velocidad normal y a través de cualquier canal, en condiciones acústicas buenas.

2. Mantener una conversación en lengua extranjera en el ámbito profesional, usando el registro y estilo adecuados, e interactuando con suficiente fluidez.

3. Comprender textos escritos en lengua extranjera de temática general o relacionados con el sector profesional, sabiendo identificar e interpretar adecuadamente la información de carácter técnico.

4. Producir textos orales en lengua extranjera de carácter general y sobre aspectos del sector profesional, bien organizados y con el nivel de detalle requerido, utilizando con razonable corrección un repertorio léxico y estructural relacionado con las situaciones más predecibles.

5. Elaborar documentos escritos en lengua extranjera correspondientes al sector profesional, en distintos soportes y variedades textuales, con cierta complejidad estructural.

6. Reconocer y utilizar adecuadamente la terminología específica del sector profesional.

ANEXO II

Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres

(Código: CGA-4674)

1. La fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres tiene como objetivos los siguientes:

a) Completar la formación académica de los alumnos mediante la integración en las rutinas diarias de trabajo de una empresa o estudio de comunicación audiovisual y la realización de las funciones profesionales correspondientes a su nivel formativo.

b) Facilitar la toma de contacto de los alumnos con el mundo del trabajo y la incorporación al sistema de relaciones sociales, laborales y técnicas de la empresa.

c) Contrastar los conocimientos, formación y capacitación adquiridos en el centro educativo con la realidad empresarial y laboral del sector.

d) Permitir al alumnado que, a través del contacto con la empresa, incorpore a su formación los conocimientos sobre la propia especialidad, la situación y relaciones del mercado, las tendencias artísticas y culturales, la organización y coordinación del trabajo, la gestión empresarial, las relaciones sociolaborales en la empresa, etc., necesarios para el inicio de la actividad laboral.

e) Adquirir los conocimientos técnicos de útiles, herramientas, materiales y maquinaria que, por su especialización, coste o novedad, no están al alcance del centro educativo.

f) Participar de forma activa en las fases del proceso de producción y edición audiovisual bajo las orientaciones del tutor o coordinador correspondiente.

g) Aplicar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos durante el período de formación teórica y práctica impartida en el centro educativo.

2. El seguimiento y la evaluación de la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres corresponderá al tutor de prácticas designado por el centro educativo quien tomará en consideración el grado de cumplimiento de los objetivos y la valoración que realice la empresa.

ANEXO III

Organización académica y distribución horaria semanal

Familia artística profesional: COMUNICACIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL							
Ciclo Formativo: Gráfica Publicitaria							
Grado: Superior		Duración: 2000 horas			Código: CGAS04		
MÓDULOS FORMATIVOS							
	Código	Denominación	Curso 1º	Curso 2º		Duración del currículo Horas lectivas	Créditos ECTS
			3 trimestres (Horas semanales)	2 cuatrimestres (Horas semanales)	Horas		
01	CGA-4500	Formación y orientación laboral	2			65	5
02	CGA-4501	Fotografía	2			65	5
03	CGA-4502	Fundamentos de la representación y la expresión visual	4			135	9
04	CGA-4503	Fundamentos del diseño gráfico	6			200	13
05	CGA-4670	Historia de la imagen publicitaria	3			100	6
06	CGA-4506	Lenguaje y tecnología audiovisual	8			265	22
07	CGA-4507	Medios informáticos	3			100	6
08	CGA-4512	Teoría de la imagen	2			65	5
09	CM27-CGA	Informática aplicada a la gráfica publicitaria		4		110	--
10	CM20-CGA	Iniciativa emprendedora		2		55	--
11	CM15-CGA	Lengua extranjera profesional		2		55	--
12	CGA-4671	Proyectos de gráfica publicitaria		10		245	21
13	CGA-4672	Teoría de la publicidad y marketing		5		120	7
14	CGA-4513	Tipografía		7		170	9
Suma de horas			30	30		1750	
15	CGA-4673	Módulo de Proyecto integrado			50	50	7
16	CGA-4674	Fase formación práctica			200	200	5
TOTALES						2000	120

ANEXO IV

Especialidades y titulaciones del profesorado con atribución docente en los módulos formativos incorporados al ciclo formativo por la Comunidad de Madrid

Módulo profesional	Cuerpo docente y especialidad ⁽¹⁾		Titulaciones ⁽³⁾
	Cuerpo ⁽²⁾	Especialidad	
CM27-CGA Informática aplicada a la gráfica publicitaria	PAPD	Medios Audiovisuales. (521). Medios Informáticos. (522).	• Licenciado, ingeniero, arquitecto o título de Grado correspondiente u otros equivalentes.
CM20-CGA Iniciativa emprendedora	PAPD ⁽⁴⁾ CS / PS	Organización Industrial y Legislación (523) Formación y Orientación Laboral (105)	• Licenciado, ingeniero, arquitecto o título de Grado correspondiente u otros equivalentes.
CM15-CGA Lengua extranjera profesional	CS PS	Especialidad correspondiente a la lengua extranjera que se imparta	<ul style="list-style-type: none"> • Título de Grado o Licenciado, en Filología, Filosofía y Letras (Sección Filología) o Traducción e interpretación, en la lengua correspondiente u otros títulos equivalentes. • Cualquier titulación de Graduado de la rama de conocimiento de Artes y Humanidades o Licenciado del área de Humanidades, u otros títulos equivalentes. Y además acreditar el dominio de las competencias correspondientes, al menos, al nivel B2 del Marco Común de Referencia para las Lenguas en el idioma que se imparta, o equivalente.

(1) Profesorado de centros públicos.

(2) CS = Catedrático de Enseñanza Secundaria. PS = Profesor de Enseñanza Secundaria. PAPD = Profesor Artes Plásticas y Diseño.

(3) Profesorado de centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de la educativa.

(4) El profesorado de la especialidad Organización Industrial y Legislación tendrá preferencia en la impartición de este módulo]